

Pressemeldung

22.04.2022

Die Sandler AG setzt 2021 Wachstumskurs fort und gibt zurückhaltenden Ausblick für 2022

Der oberfränkische Vliesstoffspezialist schließt 2021 mit einem Umsatzplus ab und blickt aufgrund der geopolitischen Gegebenheiten und der zu erwartenden weiteren Preisexplosion bei Rohstoffen und Energie jedoch zurückhaltend auf das Geschäftsjahr 2022. Der strategische Ansatz „Diversifikation hinsichtlich Technologien, Branchen und Standorten“ zahlt sich aus und sorgt perspektivisch für weitere Stabilität. Die Steigerungsrate ist vor allem der Kapazitätserweiterung am amerikanischen Standort zuzuschreiben, zudem gab es ein zweistelliges Umsatzwachstum bei den technischen Produkten.

Schwarzenbach an der Saale, 22.04.2022 – Die Sandler AG aus dem oberfränkischen Schwarzenbach an der Saale, Kreis Hof, hat im Geschäftsjahr 2021 sowohl ihren Umsatz als auch die Zahl ihrer Mitarbeiter gesteigert und blickt aufgrund der geopolitischen Gegebenheiten und der zu erwartenden weiteren Preisexplosion bei Rohstoffen und Energie jedoch zurückhaltend auf das Geschäftsjahr 2022. 990 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter inklusive 61 Auszubildende (Vorjahr: 940) erwirtschafteten 365 Millionen Euro Umsatz, was einer Steigerung von 11 Prozent entspricht (Vorjahr: 328). Die Steigerungsrate ist vor allem der Kapazitätserweiterung am amerikanischen Standort der Tochtergesellschaft Sandler Nonwoven Corporation in Perry zuzuschreiben, zudem gab es ein zweistelliges Umsatzwachstum bei den technischen Produkten.

„Noch Anfang Januar hatten wir gehofft, die nun geringeren Turbulenzen rund um Corona würden nicht nur unsere Branche wieder in normalere Fahrwasser bringen“, erläutert der Vorstandsvorsitzender Dr. Christian Heinrich Sandler den zurückhaltenden Ausblick. „Der kriegerische Angriff auf die Ukraine, die geopolitische Unsicherheit und die nochmals verschärften Energiekosten trüben auch unseren Ausblick. Wir sehen gleichzeitig unsere Strategie der letzten 20 Jahre bestätigt, konsequent auf Diversifizierung zu setzen hinsichtlich Technologien, Branchen und dem Aufbau eines weiteren Firmenstandortes.“

Auch 2021 verlangte die Corona-Pandemie „unseren engagierten und motivierten Mitarbeitern“ sehr viel ab, bilanziert Sandler. Mit hohem Know-how, der entsprechend großen Einsatzbereitschaft und Flexibilität sei es gelungen, trotz der weiterhin massiven Einschränkungen durch die Pandemie und trotz Marktveränderungen ein gutes Jahr zu beschreiten. Sandler: „Unsere Teams in Schwarzenbach und Perry haben Großartiges für den Unternehmenserfolg geleistet.“

Dabei hatte die Sandler AG nicht nur dem Covid-19-Virus die Stirn geboten. Die Reaktionen auf die Pandemie veränderten den Markt und das Marktumfeld in den vergangenen zwei Jahren komplett. So sind langjährig gewachsene Geschäfte ins Stocken geraten, zudem wurden Lieferketten umgedreht. Der Vorstandschef erinnert vor allem an die weltweit herrschenden Lieferengpässe, längeren Lieferzeiten und die gravierenden Preissteigerungen für nahezu alle Waren und Dienstleistungen. „Wir kamen ja hier bereits von einem hohen Kostenniveau und

dachten, die Spitze des Kosten-Eisbergs wäre erreicht. Das war aber 2021 nicht der Fall und dieser Trend, das kann man nun jetzt nach dem ersten Quartal 2022 sagen, setzt sich auch im Geschäftsjahr 2022 fort. „Trotz der großen auch logistischen Herausforderungen ist es uns gelungen, termingerecht zu liefern“, betont Sandler.

Blickt der Firmenchef auch über das aktuelle Geschäftsjahr in die Zukunft, so bleiben Umweltschutz und Nachhaltigkeit feste, besonders relevante Konstanten in der Unternehmensstrategie. Die Sandler AG verfolge konsequent das Ziel, ihren ökologischen Fußabdruck weiter zu verkleinern.

Gerade auch in Hinblick auf die nicht geringer werdenden Herausforderungen setzt das Unternehmen weiter auf eine gute Ausbildung der Nachwuchskräfte und Fortbildung sowie Weiterentwicklung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Das Motto laute hier: „Gut ausgebildete Fach- und Führungskräfte sind unser Motor“. Die Auszubildenden werden früh in spannende Aufgaben eingebunden und können daran wachsen. Erfahrenere Kolleginnen und Kollegen aus allen Bereichen können hautnah und direkt Führungsaufgaben und Teamarbeit trainieren oder ihre ganz individuelle Fachlaufbahn absolvieren. Wie bereits 2020, so gab es auch für das Geschäftsjahr 2021 für jeden Mitarbeiter weltweit ein „Corona-Bonus“, um die großen Anstrengungen des Teams zusätzlich zu würdigen.

Und auch die Digitalisierung wurde weiter vorangebracht. Mit dem Programm „Fit for Future“ ist die Sandler AG bereits vor vier Jahren gestartet, um damit vollends in das digitale Zeitalter aufzubrechen. Einen wichtigen Beitrag dazu leiste unter anderem die Einführung einer einheitlichen ERP Software. Mit deren Hilfe ließen sich neue Prozesse optimieren und Organisationsstrukturen weiterentwickeln. Davon profitiere die Firma nicht nur intern, sondern schaffe so auch den „größtmöglichen Nutzen für unsere Partner“, erklärt der Vorstandsvorsitzende.

Mit Sorge blickt Dr. Sandler auf die aktuellen Energiekosten in Deutschland. „Wir stehen im globalen Wettbewerb mit anderen Unternehmen, die seit jeher hier eine andere Kostensituation haben. „Als energieintensives Unternehmen brauchen wir eine zuverlässige Infrastruktur. Die aktuelle Situation belastet unser Geschäft und ist extremer Kostentreiber“, betont Dr. Sinders Vorstandskollege Dr. Ulrich Hornfeck, der den Vertrieb verantwortet.

Dass Sandler auch im vergangenen Jahr wichtige Auszeichnungen bekam, schreibt der Vorstandsvorsitzende dem außerordentlichem Einsatzwillen und Teamgeist zu. So zeichnete Procter & Gamble Sandler als nur einen von acht Lieferanten aus dem Kreis von rund 60.000 Zulieferern mit dem renommierten Preis „External Business Partner of the Year“ aus. „Diese Ehrung unseres langjährigen Kunden bedeutet uns sehr viel!“, betont Dr. Sandler. Auch eine Auszeichnung der Bayerischen Staatsregierung ist dem Firmenchef wichtig: Sandler erhielt bereits zum dritten Mal den Preis „Bayerns Best 50“ in die Riege der 50 besten inhabergeführten Unternehmen des Freistaates. Diese Unternehmen stehen stellvertretend für die Leistungskraft, Kreativität und Innovationsfähigkeit des bayerischen Mittelstandes.